

Trudno byłoby wyobrazić sobie człowieka, który opowiadałby z większą pasją o Warszawie – mieście przez wielu niedocenianym, nawet nie lubianym, a w najlepszym wypadku obojętnym.

Warszawa jest miastem, w którym można zakochać się od drugiego wejrzenia – ze znanym powiedzeniem Agaty Passent zgadza się całkowicie Katarzyna Ratajczyk, która od stycznia 2007 roku pełni obowiązki dyrektora Biura Promocji Miasta. Wcześniej pracowała na seniorskich stanowiskach w działach kreacji sieciowych agencji reklamowych w Warszawie. Tam przez lata zdobywała doświadczenie, które teraz z powodzeniem wykorzystuje przy promocji znacznie poważniejszego i bardziej skomplikowanego „produktu”.

Pochodzi z Elbląga, ale ogarnięta fascynacją aglomeracji wielkomiejskich, naturalną koleją rzeczy trafiła, po studiach w Krakowie, właśnie do Warszawy, w której mieszka już od 15 lat. Studiowała filmoznawstwo i tylko z pozoru nie ma to żadnego związku z tym, co robi obecnie. Myślenie obrazami to cenna umiejętność, która przydaje się we wszelkich działaniach promocyjno-reklamowych, a budowanie pozytywnego wizerunku stolicy nie jest łatwe. Twierdzi, że najtrudniejsze w tym, co robi, to przebić się przez uprzedzenia, przekonać warszawiaków, że tak naprawdę mają wspaniałe miasto, w którym zderza się historia z nowoczesnością, wielkomiejska zabudowa i ogromne zielone przestrzenie, kwitnie biznes i życie artystyczne. W Warszawie jest jeszcze mnóstwo interesujących i pięknych miejsc, które koniecznie trzeba wypromować. Stąd ostatnia akcja „Lato w mieście” z 2007 roku została zorganizowana pod hasłem „Poznaj swoje miasto”.

Pozytywnego wizerunku nie stworzy się oczywiście z dnia na dzień, jest to proces żmudny i długotrwały, ale już teraz, zaledwie po kilku miesiącach pracy, widać pierwsze efekty. Coraz więcej osób rozpoznaje wzywające do zakochania się w Warszawie barwne logo stolicy, którym sygnowane są różnego rodzaju imprezy, co jest bardzo istotne w kreowaniu marki miasta. O pozytywnym odbiorze działań promocyjnych świadczą też reakcje miejscowej prasy dotyczące kampanii przeprowadzonej nad Bałtykiem oraz

Katarzyna Ratajczyk

p. o. Dyrektora Biura Promocji Miasta w Urzędzie Miasta Stołecznego Warszawy



obecność warszawiaków na miejskich imprezach, a co więcej – ich czynny udział w organizowanych konkursach.

Klika słów z życia prywatnego:

Jestem:

całym światem dla oddanego przyjaciela, sympatycznego, wielorasowego czworonoga o imieniu Gordon.

Najważniejsza dla mnie w życiu jest:

miłość.

W wolnych chwilach:

lubię spotykać się z przyjaciółmi, ale przede wszystkim doskonalić znajomość języków obcych: angielskiego, niemieckiego, hiszpańskiego i francuskiego, co pasjonuje mnie bez granic. Zdarza się, że zagłębiam się nawet w podręczniki do nauki języka portugalskiego, norweskiego czy... japońskiego. ■

Autor

Sylwia Nawojka Bryniarska

marzec 2008

Tendencje•Targi•Ludzie

7